
PEMASARAN BISNIS ONLINE (E-COMMERCE) TERHADAP JARINGAN
INTERNET DAN PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA

Triana Sri Gunarti

Dosen Universitas Terbuka UPBJJ-UT Palembang

trianasg@ecampus.ut.ac.id

Abstrak

Kesulitan ekonomi yang terjadi pada saat ini membuat banyak orang berpikir untuk menjadi wirausaha. Namun, bisnis usaha secara konvensional terbelakang ketinggalan jaman saat ini. Di era digital, internetlah yang sangat maju dan berkembang. Bahkan internet telah menjadikan peluang dunia usaha di era digital, dimana setiap orang dapat menawarkan barang atau jasa mereka dimanapun dan kapanpun tanpa batas. Pengaruh perkembangan teknologi menyebabkan dunia perdagangan dituntut untuk menawarkan sebuah konsep perdagangan baru melalui jaringan internet yang disebut dengan e-marketing. Pengaruh antara bisnis online (e-commerce) terhadap jaringan social internet mempunyai keterkaitan antara marketing mix yaitu system pemasaran antara system pemasaran tradisional dan system pemasaran modern yang dapat menjadi landasan pada pemasaran e-commerce. Teknologi informasi memberikan peranan yang besar dalam aspek pengelolaan bisnis. Strategi pemasaran bisnis online yang baik dalam pemasaran produk tidak hanya akan menambah potensi sukses, namun juga membuat bisnis atau perusahaan memiliki reputasi yang baik di kalangan konsumen luas serta merk yang kuat di pasaran. Strategi pemasaran untuk bisnis online jelas banyak memanfaatkan teknologi informasi dalam prosesnya. Tidak heran jika peran teknologi informasi sangat mendukung dalam suksesnya sebuah bisnis kedepannya.

Kata Kunci: Analisis Pemasaran, Bisnis Online (E-Commerce)

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di dunia digital saat ini, belanja online merupakan salah satu bentuk gaya hidup masyarakat modern. Penjual maupun konsumen merasa sangat diuntungkan dengan adanya belanja online. Penjual akan dimudahkan dalam melakukan pemasaran terhadap produk yang ingin diperjualbelikan, mempermudah komunikasi dengan pembeli serta menurunkan biaya operasional.

Saat ini terdapat berbagai macam social media yang populer digunakan masyarakat, contohnya Twitter, Facebook hingga Instagram. Masing-masing mempunyai fungsi, tujuan dan cara penggunaan yang berbeda-beda, yang dapat digunakan sebagai alat bisnis dan promosi.

Seiring dengan perkembangan teknologi maka semakin banyak pengguna internet yang memilih menggunakan internet dalam transaksi jual beli mereka, untuk itu maka dunia perdagangan dituntut untuk menawarkan sebuah konsep perdagangan baru melalui jaringan internet yang disebut dengan *e-marketing*. Dimana dengan konsep baru ini pemasaran dapat dilakukan dengan lebih cepat dan akurat dan para pedagang dapat menjangkau daerah pemasaran hingga ke seluruh dunia.

Berbagai macam metode yang digunakan dalam marketing dilakukan dengan cara yang bermacam-macam dan metode yang terus berkembang menjadi sesuatu yang baru serta inovatif sehingga produsen dan konsumen mampu bertemu serta bertransaksi melalui media tertentu termasuk dengan internet marketing yang memudahkan konsumen menentukan dan bertransaksi jual beli melalui media tersebut secara bebas serta tidak memerlukan tempat maupun waktu karena semua orang dapat bertransaksi secara bebas dalam internet. Hal ini tentu menguntungkan dari segi cost maupun financial karena internet tidak memerlukan

pengeluaran biaya yang terlalu banyak untuk melakukan promosi produk secara door to door ataupun launching produk, mereka hanya perlu menggunakan jaringan internet untuk membuat sebuah informasi yang berkaitan dengan produk mereka pada sebuah website. Internet juga memiliki daya tarik dan keunggulan bagi para konsumen maupun organisasi ataupun komunitas, misalnya dalam kenyamanan, akses 24 jam sehari, efisiensi alternative ruang maupun pilihan yang relative tak terbatas, personalisasi, sumber informasi potensial, dan lain-lain.

Pada umumnya, strategi pemasaran melalui sebuah web di internet sama seperti strategi pemasaran secara tradisional (traditional marketing), yaitu meliputi penciptaan nilai pelanggan. Namun, strategi pemasaran melalui sebuah web dapat mengubah konsep marketing mix yang ada sebelumnya. Hal ini dikarenakan sebuah web dapat mempengaruhi pengembangan dan keputusan dalam strategi pemasaran terutama marketing mix.

METODE PENELITIAN

Untuk mengetahui tingkat pemasaran dalam jaringan social maupun e-commerce yang berkaitan dengan metode pemasaran modern maupun tradisional yang disusun dalam marketing mix dapat dilihat melalui strategi pemasarannya pada internet dan dapat diukur berdasarkan intensitas pengguna (user) melalui sebuah data.

Dalam bisnis online, seseorang ataupun sebuah perusahaan dapat memasarkan produk mereka dalam internet hal ini dapat mempermudah distribusi produk dalam konsumen dengan biaya yang relative rendah dan efisien terhadap advertising atau pengiklanan karena banyak peminat yang memilih jakur teknologi internet yang dari tahun ke tahun memiliki jutaan pengguna tetap.

Electronic Commerce (e-commerce) merupakan suatu konsep yang menjelaskan proses pembelian, penjualan dan pertukaran produk, servis dan informasi melalui jaringan computer yaitu internet. E-commerce merupakan bagian dari sebuah website yang dapat digunakan sebagai media pemasaran melalui jaringan komputer yaitu internet.

Adapun metode penelitian yang digunakan disini adalah pengamatan dan observasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saat ini perdagangan baik jasa maupun produk saling berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik dan terdepan dalam melayani keinginan pelanggannya. Mereka ingin agar produk/jasa yang mereka hasilkan menjadi sebuah bintang di dalam dunia perdagangan, dimana produk mereka menempati posisi terdepan dalam hal pangsa pasar dan permintaan dari para pelanggan. Oleh karena itu, sebuah perusahaan harus memiliki strategi bisnis yang tepat supaya tetap mendapat kepercayaan dari para konsumen, serta dapat bersaing dengan para pesaing lainnya.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat pada saat dewasa ini menyebabkan munculnya berbagai aplikasi bisnis yang berbasis internet. Pengaruh perkembangan teknologi tersebut menyebabkan dunia perdagangan dituntut untuk menawarkan sebuah konsep perdagangan baru melalui jaringan internet yaitu e-marketing.

Kepuasan pelanggan sepenuhnya bukan berarti memberikan kepada apa yang menurut kita keinginan dari mereka, akan tetapi apa yang sesungguhnya mereka inginkan serta kapan dan bagaimana mereka inginkan.

Strategi pemasaran harus menggunakan 4P, yaitu place (tempat yang strategis), product (produk yang bermutu), price (harga yang kompetitif) dan promotion (promosi yang gencar). Sedangkan dari sisi pelanggan, memperhatikan 4C, yaitu customer needs dan wants (kebutuhan dan keinginan pelanggan, cost to the customer (biaya pelanggan), convenience

(kenyamanan) dan communication (komunikasi). Jika kita tarik kesimpulan, maka tujuan akhir dari konsep, kiat dan strategi pemasaran adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya. Arti dari kepuasan pelanggan bukan berarti memberikan kepada apa yang menurut kita keinginan dari mereka, tetapi apa yang sesungguhnya mereka inginkan serta kapan dan bagaimana mereka inginkan.

Teknologi internet merupakan modal utama bagi pebisnis online. Seorang seller tidak hanya harus tahu teknik menjual, akan tetapi dia juga harus tahu bagaimana mempertahankan bisnis onlinenya agar bisa tahan menghadapi perubahan digital dalam beberapa tahun ke depan.

*** Kreativitas**

Seorang seller harus bisa melakukan inovasi produk, jika tidak maka produknya akan tertinggal dari seller lain yang pastinya menjual produk-produk dengan kelebihan yang lebih maju sesuai dengan perubahan zaman.

*** Estetika**

Seorang seller harus mampu menunjukkan rasa estetika saat mendesain toko online nya. Tampilan desain toko online harus dibuat menarik dan diperbaharui secara berkala, sehingga mampu bertahan menghadapi persaingan.

*** Bermedia social**

Seorang seller harus bisa menggunakan media social untuk menjalin kedekatan dengan buyer, sehingga buyer akan tetap setia pada seller tersebut meski banyak seller lain yang menjual produk serupa.

*** Melek teknologi**

Dalam berbisnis online, seorang seller harus mampu mengikuti perkembangan teknologi yang menunjang bisnisnya.

Seorang pebisnis online harus melakukan tips dan trik sebelum memulai usahanya menggunakan social media:

*** Tentukan minat**

Sebelum memulai bisnis, seorang seller harus mengetahui dengan jelas apa minat terbesar dalam membangun sebuah bisnis, misal minat dalam membuat bisnis di bidang fashion, atau bisnis makanan, minuman, dll

*** Lihat peluang bisnis yang ada**

Jangan membuat bisnis yang tidak ada pasarnya.

*** Menikmati bisnis sesuai hobi**

Menjalankan suatu bisnis yang merupakan hobi tentu akan lebih mudah dan menyenangkan untuk dijalani

*** Modal**

Langkah awal yang harus dilakukan adalah menyiapkan modal

*** Buatlah rencana yang matang tentang proses bisnis yang akan dijalani**

Buatlah rencana yang matang. Hitung secara cermat ongkos produksi yang akan dikeluarkan dan hitung untung ruginya sebelum menentukan harga barang

***Gunakan sarana komunikasi digital untuk mempromosikan bisnis anda**

Teknologi digital memang tidak akan habisnya untuk dibahas. Teknologi digital sangat membantu pekerjaan supaya menjadi lebih ringkas termasuk dalam bidang bisnis.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pemasaran melalui internet selain memberikan kemudahan kepada para pelaku bisnis untuk memasarkan produknya. Pemasaran melalui internet tidak terbatas oleh waktu, tidak seperti bisnis offline lainnya karena bisa diakses selama 24 jam non stop. Internet memiliki

system otomatis yang dapat memberikan respon dengan cepat bila ada pesanan maupun permintaan dari para konsumen., sehingga permintaan produk dari konsumen dapat dilayani kapan saja dan dimana saja selama ada jaringan internet.

Pemasaran melalui internet juga menjangkau pasar lebih luas. Melalui bisnis internet, pelaku bisnis dapat menginformasikan produk hingga ke seluruh daerah nusantara bahkan menjangkau ke seluruh pelosok negeri.

Dengan memakai strategi pemasaran melalui internet, dapat mengurangi biaya pemasaran, dan memudahkan pelaku usaha untuk menjalin hubungan dengan para konsumen.

Teknologi informasi memberikan peranan yang besar dalam aspek pengelolaan bisnis. Salah satu teknologi informasi yang sampai saat ini banyak digunakan oleh masyarakat dunia adalah internet, sedangkan e-commerce merupakan salah satu cara yang efektif untuk meningkatkan penjualan dan omset.

Saran:

- * Hendaknya tetap terjalin hubungan baik antara konsumen dan responden, dalam hal ini responden adalah pemilik toko yang menggunakan jasa e-commerce
- * Adanya peningkatan keamanan dalam e-commerce sehingga responden dan konsumen menjadi semakin merasa nyaman dan aman dalam melakukan transaksi tanpa diikuti rasa khawatir
- * Responden hendaknya meningkatkan pelayanan dengan mempercantik penampilan atau menambahkan fungsi-fungsi baru pada e-commerce

DAFTAR PUSTAKA

- Arnoot, David C. dan Susan Bridgewater, 2002. "Internet, Interaction and Implication for Marketing," *Marketing Intelligence dan Planning*, 20 (2):86-95
- Bennet, R, 1997. "Export Marketing and Internet: experience of Web Site Use and Perceptions of Export Barriers among UK," *Business, Industrial Marketing Review*, 14 (5):324-344
- Djarwanto dan Pangestu S, *Metode Penelitian*: 108
- Gunawan Wahyu.2010. *Kebut Sehari Jadi master PHP*. Yogyakarta: Penerbit Genius Publisher
- Hadi, Mulya. 2009. *Dreamweaver CS4 Untuk Orang Awam*. Palembang: Maxicom